العنوان:	الانترنت و الثورة المصرية نموذج لتفعيل تكنولوجيا المعلومات في العمل الجماهيري
المصدر:	ملتقى (دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والراي : تجارب عربية) - المنظمة العربية للتنمية الإدارية - ماليزيا
المؤلف الرئيسي:	غيطاس، جمال محمد
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2011
مكان انعقاد المؤتمر:	كوالالمبور
الهيئة المسؤولة:	المنظمة العربية للتنمية الإدارية
الشهر:	سبتمبر
الصفحات:	93 - 117
رقم MD:	123844
نوع المحتوى:	بحوث المؤتمرات
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	العمل الجماهيري، مصر، ثورة 25 يناير 2011، الانترنت، الحركات الثورية، تكنولوجيا المعلومات، الفيس بوك، مجموعة خالد سعيد، مجموعة 6 أبريل، اليوتيوب، التوزيع الجغرافي، المدونات، المعارضة السياسية، المنتديات السياسية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/123844

الإنترنت والثورة المصرية

نموذج لتفعيل تكنولوجيا المعلومات

في العمل الجماهيري

إعداد

الأستاذ/ جمال محمد غيطاس

رئيس تحرير مجلة لغة العصر – مؤسسة الأهرام

محرر تكنولوجيا المعلومات –جريدة الأهرام

جمهورية مصر العربية

مقدمة:

قالوا عنها ثورة الإنترنت وثورة الفيس بوك وثورة الشباب، وهذا صحيح، فقد قدمت الثورة المصرية نموذجا حيا وواضحا على استخدام تكنولوجيا المعلومات كوسيلة للعمل الجماهيري الضاغط من أجل التغيير، وتحاول هذه الورقة رصد وتحليل ما جرى من وقائع للثورة المصرية على الإنترنت خلال الفترة من 9 يناير إلى 11 فبراير 2011، وهي الفترة التي تغطى بداية الحديث عن الثورة وحتى يوم تنحى مبارك عن السلطة.

وبعد متابعة ورصد عشرات الآلاف من المشاركات والرسائل والتدوينات والمقالات التي ظهرت على الإنترنت أمكننا أن نخلص إلى أن الفيس بوك كان القلب النابض للثورة، ويوتيوب هو تليفزيونها الحر، وموقع تويتر جهازها العصبي الرقمي، والمواقع والمنتديات والمدونات هي مراكز تفكيرها الحية.

شارك في هذه الورقة الدكتور خالد الغمري أستاذ اللغويات الحاسوبية بكلية الألسن جامعة عين شمس والأستاذ الزائر بجامعة فلوريدا بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث وفر تكنولوجيا خاصة لتحليل المحتوى على الإنترنت، وهي نسمح بسحب وتجميع ورصد جميع المحتوى المنتشر عبر الإنترنت تجاه موضوع أو قضية ما، وتجميعه في صورة بيانات خام، فيما قام معد الورقة بالتعامل مع هذه البيانات الخام ووضع مصفوفات وأدوات تجهيزها ومنهجية تحليلها واستخراج النتائج وصولا إلى الدراسة في صورتها النهائية.

فيس بوك حاضنة الثورة:

منذ بدء الدعوة للتظاهر في 10 يناير وما قبله وحتى النصر وسقوط رأس النظام في 11 فبراير، كان فيس بوك هو المحرك الأساسي الذي ينظم حركة الشباب الثائر، ويواجه بلطجة النظام، فقد برع شباب الثورة في تطبيق فلسفة وأنشطة "الويكي" على الفيس بوك، من حيث تكوين المجموعات وسلاسل الصفحات وتبادل البيانات واتخاذ القرارات –راجع الموضوع الأول المنشور بعنوان "ثورة بلا قيادة" –في التخطيط للثورة وإدارة فعالياتها والتشاور بشأن قراراتها وفى توفير شبكة تواصل فعالة بين المشاركين فيها وكذلك العمل على التوعية بها بين جماهير الفيس بوك عموما، لينتهي الأمر بصورة ديناميكية سريعة النضج والنمو، تغيرت

وتطورت من مرحلة إلى أخرى تبعا لما كانت تجرى به الحوادث على الأرض وما يتناسب مع ردود فعل السلطة والنظام حيال أنشطة الثورة، حتى سقط النظام، فما الذي حدث وجعل فيس بوك يصبح حاضن الثورة ومفجرها؟ وكيف حدث ما حدث؟

حجم الثورة على فيس بوك بالأرقام

من خلال عملية الرصد والتتبع التي أجريت على عينة البيانات التي تم تجميعها حول فعاليات الثورة على الفيس بروك خلال الفترة من 11 يناير إلى 10 فبراير، وجد أن عدد الأعضاء المشتركين في الصفحات والمجموعات ذات العلاقة بالثروة قد تجاوز الـ 34 مليون شخص، وعدد الصفحات 2313 وعدد المشاركات 9815 وعدد التعليقات 461 ألفا.

تستند هذه الأرقام إلى أربع مؤشرات للقياس استخدمت في العينة الأول هو عدد الصفحات والمجموعات التي ظهرت على فيس بوك خلال فترة الرصد وكانت منخرطة في فعاليات الثورة، وأنتجت أو استقبلت بيانات ومعلومات خاصة بالثورة، والمؤشر الثاني عدد الأعضاء الذين سجلوا أنفسهم في هذه الصفحات والمجموعات طوال فترة الرصد، والمؤشر الثالث عدد المشاركات الخاصة بالثورة التي تم إنتاجها على هذه الصفحات والمجموعات، والمشاركات مقصود بها هنا " النقاشات المنشورة على جداريات الصفحات "وول" – الأحداث التي تمت الدعوة إليها وتنظيمها عبر الفيس بوك –القضايا أو الموضوعات التي طرحت للنقاش – المسوح واستطلاعات الراي التي أجريت"، والمؤشر الرابع عدد التعليقات التي كتبها أعضاء هذه الصفحات والمجموعات أو زوراها حول المشاركات المتعلقة بفعاليات الثورة.

عدد الصفحات

وطبقا لمؤشر عدد الصفحات وتطور هذا العدد خلال فترة التحليل اتضح أنه في يوم 11 يناير كانت هناك 30 صفحة ومجموعة على الانترنت تتناول قضية الخروج للتظاهر يوم 25 يناير بصور مختلفة، وبعد تدقيق البيانات ومراجعتها اتضح أن العدد الإجمالي للمجموعات والصفحات التي انخرطت في أنشطة وفعاليات

الثورة بصورة أو بأخرى بلغت 2313 مجموعة.

والملاحظ هنا بالطبع أن نمط انتشار أفكار الثورة كان تصاعديا بالكامل وبسرعة لافتة للنظر، لأن فترة الهبوط الوحيدة حدثت خلال فترة انقطاع الإنترنت، وفيما عدا ذلك كان معدل الزيادة في عدد الصفحات والمجموعات الجديدة كبيرا وينتقل من ذروة إلى أخرى بمرور الوقت، ويشير هذا المنحنى التصاعدي السريع إلى القبول الواسع الذي لاقته الدعوة للثورة عبر الفيس بوك خلال هذه الأيام القليلة، والاستعداد الطاغي لدى مشتركي الموقع للانخراط في الثورة ولو بمجرد التأييد وإعادة نشر الفكرة في محيط أوسع.

عدد الأعضاء

كان المؤشر الثاني في قياس الحالة العامة لوضعية الثورة على الفيس بوك هو عدد الأشخاص المشتركين في الصفحات والمجموعات المختلفة المشاركة في فعاليات الثورة، ومعدل الزيادة في هذا العدد يوميا، وهنا تشير التحليلات إلى أن هذا العدد بدأ بـ- 365 ألفا و633 شخصا في 11 يناير كرقم أساسي، وبعد ذلك كان الوضع يشهد انضمام أعضاء لهذا الرقم كل يوم، وبحلول الثالث من فبراير – عشية موقعة الجمل ومعركة البلطجة بميدان التحرير –عاد الداخل ليعدى الثوار بأعداد غفيرة وبلغ المنضمين الجدد للثورة في هذا اليوم 152 ألفا و168 شخصا، وتضاعف الرقم بعد ذلك بصورة رهيبة ليصل عدد المنضمين الجدد للثورة يوم 10 فبراير ما يناهز العشرة ملايين شخص وتحديدا تسعة ملايين و965 ألفا و210 شخص، وهو رقم يدل على أن الثورة في هذا اليوم كانت شعبية بامتياز وتخطت كثيرا صورتها الأولى التي ظهرت بها في البداية وكانت متركزة في مجموعات وصفحات بعينها أهمها صفحة خالد سعيد وشباب 6 أبريل.

وبصورة عامة بلغ عدد الأعضاء المشتركين في هذه المجموعات 34 مليون و 858 ألفا و884 شخصا، وبالطبع فإن هذا الرقم ليس رقما متفردا، ولكن به نسبة من التكرار نتيجة اشتراك قطاعات واسعة من الجماهير في العديد من الصفحات والمجموعات في وقت واحد، ولم نستطع خلال التحليل تعقب أعداد المشتركين في أكثر من صفحة أو مجموعة في وقت واحد، لأن بيانات فيس بوك المتاحة والمعلنة لا تتيح تمييز هذه النقطة وإزالة التكراريات، ومن ثم لم يكن أمامنا سوى ذكر الرقم الإجمالي الذي حصلنا عليه من جمع

الأعداد المسجلة في الصفحات والمجموعات معا.

المشاركات:

أما المؤشر الثالث الخاص بعدد المشاركات فتقول عنه الأرقام أن المشاركات بدأت بـ 113 مشاركة يوم 11 يناير، وبعد ذلك بدأ عدد المشاركات الجديدة الذي يضاف كل يوم يزيد بصورة تصاعدية، لترتفع يوم 3 فبراير إلى 905 مساهمة جديدة، أي أنه كان هناك حوالي ألف أمر تنظيمي ولوجستي ومعنوي وأعلامي موجه من الثوار لجماهير الثورة والشعب عموما عبر الفيس بوك في هذا اليوم، وقد بلغ العدد الإجمالي للمشاركات 9 آلاف و815 مشاركة خلال فترة الرصد.

وركز المؤشر الرابع في التحليل على قياس مدى تفاعل أعضاء الصفحات والمجموعات وجمهور الفيس بوك عموما مع فعاليات الثورة وأنشطتها على الفيس بوك، وذلك من خلال قياس عدد التعليقات والردود على ما يوضع من مشاركات بمختلف أنواعها، وفى هذا السياق اتضح أنه في يوم 11 يناير كان هناك 4584 تعليقا قد وردت على المشاركات التي أعلنت من قبل ناشطي الثورة في هذا اليوم وفى 10 فبراير بلغ العدد الإجمالي للتعليقات 461 ألفا و120 تعليقا.

وإذا ما وضعنا عدد المشاركات وجها لوجه مع عدد التعليقات عليها نجد أنه في يوم 11 يناير بلغ متوسط التعليقات على المشاركات 41 تعليقا لكل مشاركة، وذلك كمتوسط عام، ثم تصاعد الرقم ليصل إلى 99 تعليقا لكل مشاركة يوم 18 يناير، ثم يقفز قفزة كبرى بعد ذلك ليصل إلى 237 تعليقا لكل مشاركة في يوم 28 يناير يوم جمعة الغضب، وفى يوم 4 فبراير كان بواقع 218 تعليق لكل مشاركة، ويكشف هذا الأمر عن أن عدد التعليقات اتخذ مسارا تصاعديا يكاد يتشابه مع المسار التصاعدي لعدد المشاركات، وهو ما يعنى وجود تجاوب وترابط واضح بين حركة ناشطي الثورة وما كانوا يقومون به من أنشطة وما يدعون له من أحداث وفعاليات، وبين حركة الجماهير الواسعة التي كانت تتحرك حول وبين ناشطي الثورة ومنظميها، سواء على الفيس بوك أو في الشوارع والميادين.

دوائر صنع الثورة على الفيس بوك:

من صنع الثورة على الفيس بوك؟ وأين بالضبط ولدت البيانات والمعلومات المتعلقة بها؟ وما هي الصفحات والمجموعات الموجودة على الموقع التي شكلت نواة الثورة وما هي دوائر انتشارها داخل محيط الفيس بوك مترامي الأطراف؟

والإجابة من واقع التحليلات التي أجريت انه مثلما كانت التجمعات الشبابية هي الطليعة التي فجرت الأحداث على أرض الواقع وقادتها في البداية، ثم أصبحت في قلبها بنهاية المطاف بعد التفات جميع طوائف الشعب حولها والمشاركة معها، فإن الأمر على الفيس بوك لم يختلف كثيرا، فمجموعات الشباب وصفحاتهم تقف في المنتصف أو تشكل منطقة القلب النابض، بينما تلتف حولها 2313 صفحة ومجموعة أخرى متنوعة الانتماءات والتوجهات والمشارب والأهواء والأعضاء والقدرات، لكنها تشترك جميعا في كونها تدعم الثورة وتشارك فيها، الأمر الذي يجعلنا نقول أن الصورة العامة لمن صنع الثورة على الفيس بوك هي أشبه بقلب مسئول عنه الشباب، وجسد مسئول عنه المجتمع.

ولتوضيح هذه الصورة والاقتراب من ملامحها أكثر سنعرض قراءة للبيانات المجمعة من فيس بوك من أجل رسم صورة تقريبية لنمط انتشار الصفحات والمجموعات التي اهتمت بالثورة وفعالياتها، وأهمية كل صفحة ومجموعة بالنسبة لكم ونوع المعلومات والبيانات التي جرى إنتاجها وتداولها ضمن فعاليات الثورة، واستنادا للتحليلات التي أجريت اتضح أن منطقة "القلب النابض" كانت مسئولة عن الغالبية الساحقة من عمليات إنتاج المشاركات التي استخدمت في الدعوة للاحتجاج والتظاهر، ثم إدارة ومتابعة فعاليات وأنشطة الثورة على الأرض.

منطقة القلب:

برزت في هذا القلب مجموعان رئيسيتان هما مجموعة "كلنا خالد سعيد" ومجموعة "شباب 6 أبريل"، وهما مجموعتان شبابيتان، وقد جاءتا في منطقة القلب لكونهما استحوذتا على الجزء الأكبر من الأعضاء

والمشاركات والمسئولية عن التخطيط للثورة والتفكير لها طوال الوقت، بالإضافة إلى تميزهما بأكبر قدر من الارتباطات والتشابكات التشعبية مع قنوات نشر أخرى، كالمواقع وتويتر ويوتيوب والمدونات، وهذه السمات جميعا هي التي جعلتاهما تحتلان منطقة القلب في دائرة إنتاج وتوزيع واستقبال وتداول المعلومات والبيانات المتعلقة بالثورة على الإنترنت.

مجموعة خالد سعيد

من حيث الأعضاء كان عدد الدين سجلوا أنفسهم في مجموعة خالد سعيد 365 ألف شخص في العاشر من يناير، وهذا الرقم كان يمثل 99% من إجمالي عدد المشتركين في جميع الصفحات والمجموعات في اليوم الحادي عشر من يناير، وقد ارتفع الرقم إلى 688000 يوم 10 فبراير، وهو رقم يعادل 11.5 % تقريبا من إجمالي عدد المشتركين في ذلك اليوم.

أما عدد المشاركات على مجموعة خالد سعيد فبدأ بـ 13 مشاركة يوم 11 يناير، وفى يوم 10 فبراير كان إجمالي المشاركات الخاصة بأنشطة وفعاليات للثورة قد وصل إلى 916 مشاركة، وهو رقم يشكل حوالي 7.6% من إجمالي عدد المشاركات التي ظهرت على جميع الصفحات والمجموعات، ولم يختلف الأمر كثيرا بالنسبة لعدد التعليقات والردود على المشاركات، حيث ساهمت مجموعة خالد سعيد بتعليقات بلغ عددها 4043 في 10 يناير و52939 في 10 فبراير، بإجمالي عام 802681 تعليقا تشكل 79.5% من إجمالي عدد التعليقات إلى وردت على جميع الصفحات والمجموعات.

وإلى جانب المشاركات والتعليقات والأعضاء كانت هناك بعض الأشياء الأخرى الجديرة بالملاحظة على مجموعة خالد سعيد، من بينها 127 وصلة بينها وبين صفحات ومجموعات أخرى على الفيس بوك، و116 وصلة ليوتيوب، وثلاثة استطلاعات للرأي وخمس وصلات لتويتر، وخمس وصلات لمدونات و37 وصلة لمعلومات تنظيمية، و9 وصلات لمواقع تابعة لمؤسسات إعلامية وإخبارية، تستقى منها المجموعة أخبار وتحديثات أولا بأول، وتشمل مواقع مصراوي واليوم السابع والمصري اليوم ولدستور والشروق والأهرام وقناة العربية والأخبار وصفحة شبكة حقوق، وقد وصل عدد الأخبار التي استقتها مجموعة خالد سعيد من هذه

الصفحات 76 خبرا خلال فترة الرصد.

مجموعة 6 أبريل:

في منطقة القلب أيضا هناك مجموعة 6 أبريل التي حققت ظهورا ملحوظا ككيان منفرد، لكنها كانت أقل وهجا وتأثيرا وغزارة في الإنتاج وجذب الأعضاء من مجموعة خالد سعيد، ففد وصل عدد أعضاء هذه المجموعة في 10 فبراير إلى 60 ألفا و615 شخص، وعلى الرغم من أن العدد يقل كثيرا عن عدد أعضاء مجموعة خالد سعيد، إلا أنه كان أكثر حيوية وغزارة في الإنتاج والتحركات، حيث وصل عدد المشاركات التي ظهرت على المجموعة 1272 مشاركة خلال فترة الرصد، وهو رقم يزيد بحوالي 25% عن مستوى إنتاج المشاركات في مجموعة خالد سعيد التي وصل عددها إلى 916 مشاركة، لكن بحكم عدد الأعضاء الأقل في مجموعة 6 أبريل كان عدد التعليقات والردود، والتواصل مع هذه المشاركات قليلا بعض الشيء مقارنة بالتعليقات والتفاعلات على مجموعة خالد سعيد، حيث كان عدد التعليقات في 6 أبريل 59318؛ مقابل 802 ألفا و681 تعليقا في مجموعة خالد سعيد.

وبالمثل كانت هناك بعض الأمور الأخرى الجارية والجديرة بالملاحظة على مجموعة 6 إبريل، منها وجود 43 وصلة ليوتيوب، و48 رقم من أرقام المحمول التي يمكن الاتصال بها أو توجيه رسائل نصية إليها، و90 وصلة لصفحات أخرى على الفيس بوك، و7 وصلات لتويتر و7 وصلات لمدونات، وبالمثل كانت لهذه المجموعة روابط لمواقع لبعض المؤسسات الإعلامية على الإنترنت، وهى مصراوي واليوم السابع والمصري اليوم والدستور والشروق والأهرام وفرانس 24 وقناة الجزيرة وموقع جبهة التغيير وموقع حركة 6 إبريل، وقد استقت المجموعة من هذه الصفحات والمواقع 36 خبرا خلال فترة الرصد.

منطقة الجسد:

من ينظر إلى التنويعات التي تضمنتها قائمة الصفحات والمجموعات التي شكلت منطقة الجسد في دائرة الثورة على الإنترنت سيلاحظ على الفور أنها تضم كل الأطياف السياسية والاجتماعية والعمرية والفنية

والتكنولوجية والمهنية التي شاركت فعليا في المظاهرات والاحتجاجات على الأرض، فهذا الجسد تضمن حلقة لصيقة بمنطقة القلب ظهرت فيها صفحات ومجموعات عكس اهتمامات وتوجهات 29 فئة رئيسية من فئات المجتمع المصري، وبداخل هذه الفئات الرئيسية كانت هناك تقسيمات فرعية وصل عددها إلى 216 مجموعة فرعية، شكلت نطاقا وسيطا ما بين منطقة القلب والأطراف، وهذه التقسيمات الفرعية كانت تضم بدورها 2311 صفحة ومجموعة مستقلة قائمة بذاتها، شكلت المحيط الخارجي لدائرة عمل الثورة عبر الفيس بوك، وقد كشفت التحليل عن أن هذه الحلقات المتوالية من الصفحات والمجموعات عملت بشكل شبكي، يتسع من القلب إلى الأطراف في جميع الاتجاهات، ويتداخل مع بعضه البعض طوال الوقت، حيث كانت منطقة القلب تتبادل بث وتلقى المعلومات والبيانات بصورة معينة عبر الفئات المحيطة بها كل حسب تخصصه وطبيعته، وقد تضمنت هذه المجموعات الـ 29 كل من: " رياضة – اجتماعيات – شخصية – قضايا دينية – احتجاج – مطربون – مدن – ثقافة وفكر وأدب – حركات وتنظيمات سياسية – دعاة – فن وفنانين – فضائيات – مواقع إخباريه ومنتديات – صحف – دفاع عن مصر وفخر بها – جامعات – شخصيات وأعلام – مصر عام – سياسة وسياسيون – تكنولوجيا – رفض جمال وحسنى مبارك – متفرقات بلا سمات مشتركة – نقابات ومؤسسات – مدونات ومدونون – طب – جمعيات مدنية – تأييد للنظام – جاليات – قضايا عربية"، ويوضح الشكل المرفقة نصيب كل فئة من هذه الفئات من المشاركات والتعليقات على أحداث الثورة، وما يتضمنه من فئات فرعية.

أدوات فيس بوك وتنظيم أعمال الثورة:

يعمل فيس بوك –كما هو معروف –بفكرة التشبيك الأفقي بين ملايين البشر، حيث يستطيع أي شخص إنشاء صفحة أو ملف شخصي، ثم يختار شخص أو أشخاص آخرين كأصدقاء، ومن ثم يتيح له الموقع تبادل الرسائل التي تظهر على الصفحة الشخصية لكلا منهم، وتتضمن هذه الرسائل روابط المواقع والصور وملفات الفيديو والرسائل التي تنشر على الصفحات والمجموعات الخاصة بكل منهم، كما يستطيع المشترك الانضمام إلى المجموعات والصفحات التي ينشئها الأصدقاء ذات الاهتمام المشترك.

ومن التحليلات التي تمت على الصفحات والمجموعات التي اهتمت بالثورة وكانت نواتها الرئيسية اتضح أن هذه المجموعات والصفحات اختارت الاستفادة من فيس بوك وفق أعلى مستوى يتيحه الموقع من انفتاح كامل لأعضاء المجموعة أو الصفحة على بعضهم البعض وعلى الآخرين، كما ركزوا على أدوات فيس بوك التالية:

أداة الجدار أو اللوحة: وهى أداة يظهر بها كل ما يكبه صاحب الصفحة أو العضو في المجموعة من ملاحظات أو صور أو مقاطع فيديو أو مقالات أو روابط لصفحات أو مواقع على الإنترنت، كما يظهر عليها كل ما يكتبه من تعليقات على صور الآخرين أو المجموعات التي يشترك بها أو الصفحات التي أعجب بها، وهو الجزء الأساسي للتفاعل عبر الموقع، وقد احتلت هذه الأداة المركز الأول من حيث كثافة الاستخدام، حيث أقبل شباب الثوار على توظيفها في وضع المشاركات والمساهمات والمعلومات المتعلقة بفعاليات الثورة، وأيضا في التعليق على ما يجرى، مع الربط عند اللزوم بصفحات أخرى أو مواقع على الإنترنت.

أداة تحديد المناسبات: وهي أداة تتيح لعضو الفيس بوك إنشاء دعوة لأصدقائه لمناسبة معينة أو حضور اجتماع معين، وفي هذه الدعوة يحدد الزمان والمكان والأشخاص الذين سيحضرون، وقد كانت هذه هي الأداة الرئيسية في تحديد مواعيد وأماكن المظاهرات الرئيسية التي تحدثت خلال الثورة من الثلاثاء العظيم إلى جمعة الغضب إلى جمعة الرحيل إلى الثلاثاء الثاني إلى جمعة التحدي، فضلا عن التنويه عن فعاليات أخرى كثيرة كان يجرى تنظيمها بميدان التحرير ومناطق أخرى.

أداة الرسائل: وظيفة هذه الأداة هي تجميع الرسائل المتبادلة بين الأصدقاء على الفيسبوك وتشبه هذه الرسائل البريد الإلكتروني ولكنها قاصرة فقط على الأعضاء في الفيسبوك، ويستطيع مدير المجموعة أو الصفحة توجيه رسائل جماعية لكل أعضاء المجموعة أو الصفحة أو لقائمة كاملة من أصدقائه، وقد كانت هذه الأداة من الوسائل الأساسية للتنظيم اللوجستى اللحظي وإدارة الفعاليات الجارية على الأرض، سواء من خلال التنبيه بالمعلومات أو تعميم بعض ما يتم الاتفاق عليه.

أداة القضايا: أداة يتم من خلالها حشد أعضاء الفيس بوك وراء قضية أو رأي معين أو إجراء معين، وقد استخدمت هذه الأداة في إجراء مناقشات عريضة النطاق بين الأعضاء والمشركين في لحظات معينة، كالموقف من الخطابات التي كان يلقيها الرئيس السابق، والموقف من الحوار الذي دعي إليه عمر سليمان، إلى غير ذلك.

وعلى صعيد الأحداث وتتابعها مرت الطريقة التي تم بها استخدام أدوات. فيس بوك السابقة في إدارة أنشطة الثورة بستة مراحل خلال الفترة من 10 يناير إلى 10 فبراير، وكل مرحلة تضمنت أداء من الثوار في مقابل أداء السلطة والنظام، وذلك على النحو التالي:

المرحلة الأولى: **التخطيط مقابل الاستهزاء**:

في الفترة من 10 إلى 25 يناير لعب الفيس بوك دور الحاضنة الرئيسية لفكرة الثورة والتخطيط لها، ووضع شعاراتها وأسلوب تنفيذها، والاستعداد لإطلاق شرارتها، وقد تبلور هذا الأمر في مجموعة من التعليقات الشهيرة التي ترددت بكثرة خلال هذه الفترة، وخلال هذه الفترة اشتركت كل الصفحات والمجموعات التي شملتها العينة في إما إنتاج مشاركات وتعليقات ورسائل حول فكرة الثورة أو تلقي مشاركات وتعليقات وأخبار ورسائل من مجموعات وصفحات أخرى تحمل أفكار الاحتجاج والمظاهرة "لم يكن الأمر قد تطور إلى ثورة بعد"، وهنا كان مضمون ما يتم تداوله من رسائل ومشاركات يركز على توقيتات المظاهرة وأماكنها ومساراتها، فضلا عن كونها لابد أن تكون سلمية وترفع شعارات ذات مطالب وطنية عريضة.

المرحلة الثانية: **الغضب المسالم يواجه بلطجة الأمن قابل الاستهزاء الثورة موضوعيا حيال فعاليات الثورة، والثالث يرصد نمط انتشار فكر الثورة وفعالياتها عبر الفيس بوك وصفحاته ومجموعات**:

في الفترة من 25 إلى 28 يناير وعلى ضوء ما جرى في 25 يناير خاصة بعد تدخل الشرطة بعنف مع المتظاهرين في نهاية اليوم بميدان التحرير والإسكندرية وغيرها، تطور مضمون الرسائل والمشاركات والتعليقات ليشمل معاني وأهداف جديدة، فقد انتقل إلى بث روح التضحية والشجاعة والثبات على الموقف، كما

تكثفت المعلومات بل ونقل الخبرات والتعليمات التي تشرح تكتيكات التعامل مع الأمن إذا ما حدثت الاشتباكات، وقد بلور أو صاغ الشباب أفكارهم تحت شعار عريض هو "جمعة الغضب" الذي شدد على إظهار الغضب مع سلمية المظاهرات، مع التركيز في الوقت نفسه على الجانب "العملياتي" إن شئنا الدقة من حيث التذكير بمناطق انطلاق المظاهرات ومساراتها وضرورة تجمعها في ميدان التحرير، واعتبار هذا هدف.

جاء هذا التطور في الخطاب المتداول بين الشباب في الفيس بوك بعدما كشرت دولة الفساد والبلطجة عن أنيابها، وبدأت تستعد للمتظاهرين بأول أدواتها وهي "بلطجة الأمن"، وقد استشعر الشباب ذلك مما حدث في سلوك النظام، سواء على الأرض كما رأوه في مساء الثلاثاء العظيم 25 يناير، أو مما اتضح من اللغة الحادة لمسئولي الأمن في الحديث عن التعامل مع أي مظاهرات تالية، وهكذا دلت المشاركات والتعليقات على أن تكتيك بلطجة الأمن من جانب النظام، قابله تكتيك "الغضب المسالم" والثبات على الموقف في لغة الثوار على الفيس بوك.

المرحلة الثالثة: عدالة القضية تواجه بلطجة الإعلام الرسمي؛

وحقيقة الأمر أن التراشق بين بلطجة الأمن وغضب الثوار لم يكن وحيدا على الساحة في هذه الفترة، فقد كان هناك ملمح آخر يداخل مع ما يجرى، فغي الفترة من 21 يناير إلى 3 فبراير كانت هناك عشرات الرسائل والمشاركات والتعليقات تنتشر على الفيس بوك وتتولى التأكيد على "عدالة القضية وسلامه القصد"، وذلك كنوع من الرد على الأداة الثانية من أدوات البلطجة التي بدأها النظام مبكرا ضد فكرة الاحتجاج والثورة، وهى بلطجة الإعلام الرسمي، من خلال ما ساقه من اتهامات وأكاذيب وتشويه متعمد لكل من له علاقة بالثورة، بدءا من "وجبات الكنتاكي"، وانتهاء بإيواء ومشاركة إيرانيين وأعضاء في حزب الله اللبناني وغير ذلك مما أعتبره الإعلام الرسمي تنفيذا لأجندات خارجية، وقد عكس هذا النوع من البلطجة نفسه على الفيس بوك في قسم كبير من الرسائل والمشاركات والأخبار والتعليقات التي تراوحت بين النفي القاطع والسخرية اللاذعة، والهجوم المضاد، خاصة في الفترة التي اشتدت فيها وتيرة الهجوم من جانب الإعلام الرسمي.

المرحلة الرابعة: التوثيق والتذكير بعد بلطجة الحزب ورأس المال:

كان هناك ملمح ثالث غطى الفترة الزمنية الممتدة من 28 يناير إلى 3 فبراير، وهي الفترة التي شهدت قطع خدمة الإنترنت عن مصر، وقلت فيها نسبة المشاركات بشدة وكادت تختشي، وفى هذه الفترة انتقل النظام البائد إلى الأداة الثالثة من أدوات مكافحة الثورة وهي "بلطجة الحزب الحاكم ورأس المال الفاسد المرتبط به"، والتي تجلت أولا في إحداث فراغ أمنى متعمد في مصر كلها، وانتهت بواقعة الجمل الشهيرة بميدان التحرير والتي بدأت بالجمال صباحا واستمرت حتى الثانية من فجر اليوم التالي بالمولوتوف والحجارة ورصاص القناصة، وبسبب ظروف انقطاع الإنترنت خلال هذه الأيام الدامية، فإن ناشطي الفيس بوك سرعان ما عمدوا إلى فكرة التوثيق والتذكير بهذه الأحداث فور عودة الخدمة، واستخدام هذه الذاكرة في تدعيم جهود مقاومة بلطجة الإعلام الرسمي، وجهود التوعية بسلامه الموقف والقضية كذلك.

المرحلة الخامسة: التركيز على الهدف يكافح بلطجة التفاوض:

في مساء الجمعة 28 يناير ومع الخطاب الأول حول الأزمة الذي ألقاه الرئيس المخلوع، أدخل النظام إلى الساحة تكنيك جديد من تكتيكات مواجهة الثورة، وهو تكتيك "البلطجة بالتفاوض السياسي، وألقى بهذه المهمة لنائب الرئيس المعين حديثا عمر سليمان، وقد استمر هذا التكتيك الذي قام على المراوغة حتى الأربعاء 9 فبراير، وخلال هذه الفترة ظهر على الفيس بوك ملمح تصدى لهذا الأمر وتمثل في سيل من المشاركات والرسائل والتعليقات يمكن إدراجها جميعا تحت نطاق "إعادة التركيز على الهدف " وهو إسقاط النظام، وقد بلغت ذروة هذا الملمح في الدعوة والتخطيط لما سمي بجمعة الرحيل ثم تنفيذها فعليا يوم 4 فبراير.

المرحلة السادسة: التحدي يمهد للسقوط:

في الأسبوع التالي لجمعة الرحيل بدا كما لو كان اليأس قد بدأ يدب في نفوس قطاع من الثوار، وهنا رأينا على الفيس بوك ملمح يتطور بسرعة في المراسلات والمشاركات، حيث ركز هذا الملمح على "التبشير بالنصر

والدفع للأمام"، وقد تمحورت هذه المشاركات تحت فكرة "جمعة التحدي والزحف على القصر"، وتحديدا يومي 10 و11 فبراير، وفى المقابل كان النظام يعيش في هذه الفترة حالة التداعي والسقوط والتي انتهت عندها فترة الرصد.

يوتيوب: تليفزيون الثورة الحر

كان موقع يوتيوب بمثابة تليفزيون للثورة من طراز خاص، فهو من صنع الثوار والجمهور معا، والمنتج فيه هو المستهلك والمستفيد، تليفزيون بلا قيادة أو توجيه أو تخطيط، وبلا قيود أو حدود، وقد قام هذا التليفزيون بأربعة أدوار هي الدعوة والحشد والتخطيط، وذراع إعلامي للثورة، وأداة لحفظ الروح المعنوية، ثم ساحة للاحتفاء بالثورة والشهداء.

وفى الدراسة تمت عمل رصد على يوتيوب الفترة الممتدة من الواحدة صباح يوم 10 يناير وحتى الثانية و48 دقيقة بعد ظهر يوم 10 فبراير، وتم خلالها رصد وتجميع 1064 فيلما فيدويا مدتها 5700 دقيقة تعادل 95 ساعة فيديو، قام بمشاهدتها والتعليق عليها ستة ملايين و257 ألفا و391 شخص، وكتبوا عليها 7627 تعليقا.

أفلام الثورة يوما بيوم

على الرغم من أن الدعوة إلى التظاهر والنزول للشوارع قد ظهرت في أوائل يناير على بعض قنوات نشر المحتوى بالإنترنت وخاصة الفيس بوك، فإننا لم نرصد على يوتيوب أي أفلام تدعو إلى التظاهر والثورة خلال الفترة من 10 إلى 14 يناير، لكن فيما يبدو أن هروب الرئيس التونسي بن على في الرابع عشر من فبراير قد أجج المشاعر، وكان نقطة فارقة لدى ثوار مصر، بل يمكن القول أن هذا الحدث ألهب المشاعر وكان الشرارة التي دفعت بفعاليات الثورة الأولى للوصول إلى يوتيوب، ففي اليوم التالي لهروب بن على – الخامس عشر من يناير – ظهر مقطع فيديو على يوتيوب بعنوان " 25 يناير يوم الثورة على التعذيب والفقر والفساد"، وكانت مدته 2.3 دقيقة، وشوهد 52 ألفا و938 مرة مشاهدة.

وفى اليوم التالي –16 يناير –ظهرت 7 مقاطع فيديو دفعة واحدة، وكانت مدتها 29.2 دقيقة، وحظيت

بمرات مشاهدة وصلت إلى 377 ألفا و987 مرة مشاهدة، وهو متوسط يقترب مما حققه الفيديو الأول، لكن هذه الطفرة لم نتواصل، حيث عاد الهدوء النسبي إلى يوتيوب في الأيام الأربعة التالية –17 إلى 20 يناير –حيث تراوحت مقاطع الفيديو التي ظهرت خلالها بين مقطع و4 مقاطع، بإجمالي 9 مقاطع مدتها الإجمالية 55.6 دقيقة، وعدد مرات شاهدتها 392 ألفا 382 مرة.

وبدءا من يوم 21 يناير بدأ حضور الثورة على يوتيوب يميل للاتساع، حيث ارتفع معدل تحميل مقاطع الفيديو من مقطعين في يوم 20 يناير إلى 10 مقاطع يوم 21، كانت مدتها 46.6 دقيقة، وحظيت بمرات مشاهدة بلغت 208 ألفا و174، وتلاحقت الأمور بعد ذلك، ففي يوم 22 ارتفع الرقم إلى 15 مقطع بمدة زمنية وصلت إلى 89.5 دقيقة وعدد مرات مشاهدة وصل إلى 320 ألفا و163؛ وقفز العدد يوم 23 إلى 19 مقطع مدتها 90.1 دقيقة، بعدد مرات مشاهدة وصل إلى 73 ألفا و323 مرة مشاهدة.

بحلول يوم 24 يناير – قبل مظاهرة الثلاثاء العظيم – احدث الشباب تغييرا نوعيا في طبيعة المقاطع المبثوثة على يوتيوب، فوضعوا في هذا اليوم 18 مقطعا جديد مدتها 144.4 دقيقة، وبسبب تميزها حظيت بعدد مرات مشاهدة وصل إلى 364 ألفا و953، وهو مستوى مشاهدة لم يتحقق خلال الأيام السابقة جميعا، ويعادل ثلاثة أضعاف مرات المشاهدة في اليوم السابق عليه، على الرغم من التقارب الشديد في عدد مقاطع الفيديو، وهنا يمكن القول أن فيديوهات يوم 24 عكست حالة من الحماس الشديد، والرغبة العارمة في التجاوب مع طلب التظاهر في اليوم التالي، مما يجعلنا نقول أنها كانت من العوامل المؤثرة في تحضير ذخيرة حية عريضة النطاق من المتظاهرين لليوم التالي.

شكل يوم الثلاثاء العظيم –25 يناير –الذروة الأعلى من حيث استخدام الشباب ليوتيوب، ففي هذا اليوم تحول يوتيوب بحق إلى تليفزيون الثورة الحر، وقد بدأ منحنى استخدام اليوتيوب يميل للانخفاض في اليوم التالي للثلاثاء العظيم، حيث انخفض عدد اللقطات التي ظهرت على الموقع يوم 26 يناير إلى 112 مقطعا، مدتها 543.7 دقيقة، لكنها حظيت بمعدل مشاهدة وصل إلى 509 ألفا و427.

وقد كانت الأيام التالية هي الأيام العجاف في عمر يوتيوب كتليفزيون للثورة، فقد تم قطع خدمة الإنترنت،

ولذلك هبطت المقاطع الجديدة إلى 22 مقطعا فقط يوم 27 يناير، ثم توقفت عن 3 مقاطع يومي 28 و29 يناير، وكانت في معظمها لقطات مسجلة من الفضائيات ووجدت طريقها ليوتيوب عبر مصريين بالخارج، ومع عودة خدمة الإنترنت يوم 2 فبراير دبت الحياة مرة أخرى، واستقبل يوتيوب 10 مقاطع في ذلك اليوم، تميزت بطول مدتها نسبيا، حيث وصلت إلى 91.8 دقيقة، وفى اليوم التالي ارتفع الرقم إلى 19 مقطع، حظيت بنسبة مشاهدة 77 ألفا و787 مرة مشاهدة.

في الأيام التالية تصاعد الإقبال على يوتيوب من جانب الثوار مرة أخرى وبصورة مشابهة لما حدث قبيل مظاهرة الثلاثاء العظيم، وخلال يوم الأربعاء الدامي 9 فبراير الذي شهد موقعة الجمال والبغال الشهيرة، وصل الرقم إلى 131 مقطعا شوهدت 25 ألف و646 مرة، أما اليوم الأخير من فترة الرصد والذي انتهى في الثانية و48 دقيقة ظهر 10 فبراير فشهد 19 مقطع مدتها 109.7 دقيقة وشوهدت 78 ألفا و49 مرة.

نستخلص من هذا التسلسل الزمني لإنتاج وبث ومشاهدة مقاطع الفيديو خلال فترة الرصد إن سلوك الثوار في استخدام يوتيوب اعتمد على التمهيد التدريجي البطيء نسبيا في البداية، ثم تصعيد الاستخدام بصورة متسارعة ومكثفة قبيل الوصول لنقطة الذروة التي يريدونها، بحيث يصلون إلى قاعدة عريضة من الشباب والمستخدمين الآخرين للشبكة في توقيت حاسم، يجعلهم أميل للانتقال من حالة التفاعل في الفضاء الإلكتروني مع الحدث، إلى المشاركة فيه على الأرض.

التوزيع الجغرافي:

من العلامات البارزة أن يوتيوب لم يعمل تليفزيونا للثورة وأحداثها الجارية في ميدان التحرير فقط، بل كان موئلا لعرض وبث الأفلام والأخبار المصورة الواردة من 15 محافظة ومدينة مصرية شاركت في الثورة، وضمت هذه المدن كل من الإسكندرية والإسماعيلية وأسيوط والمنزلة وبني سويف وبورسعيد ودمنهور ودمياط والزقازيق والسويس وطنطا والقاهرة الكبرى خارج ميدان التحرير، وكفر الزيات والمحلة والمنصورة.

لكن الملفت للنظر أكثر أن الأفلام واللقطات الواردة من هذا القسيم الجغرافي الواسع عبر الجمهورية لم تشكل سوى 32.2% بواقع 245 فيلما، من إجمالي الأفلام التي تم رصدها والبالغ عددها 1064، بينما

ظهرت الـ 76.8% الباقية بواقع 76.8 على يوتيوب باعتبارها أفلام عن الثورة وحسب دون الإشارة لمكان تسجيلها، وكان أصحابها أرادوا أن يتابعها العالم عبر يوتيوب باعتبارها ثورة للشعب المصري كله وليس مدينة مصرية بعينها، مما ينهض دليلا ساطعا على توحد الشعب خلف ثورته.

يوتيوب كأداة الدعوة والحشد

كما سبقت الإشارة من قبل فقد ظهر أول فيديو على يوتيوب يدعو للثورة والتظاهر يوم 15 يناير، وكان عنوانه " 25 يناير يوم الثورة على التعذيب والفقر والفساد، وكانت مدته 2.3 دقيقة، ودعي الجماهير إلى النزول للشوارع يوم 25 يناير، وفور ظهوره أثار حالة من الجدل، حيث كان أول تعليق على هذا الفيديو يقول "احذروا الفتنة.. اليهود. وراء كل ده"، لكن التعليق الثالث كان يكاد يستشرف ما حدث، وكتب صاحبه يقول" السعودية في انتظارك يا مبارك"، وخلال فترة وجيزة للغاية حظي هذا الفيديو بعدد مرات مشاهدة وصلت إلى 52 ألفا و938 مرة مشاهدة.

والملاحظ أن مستوى المشاهدة المرتفع نوعا ما لهذا المقطع قد أغرى بعض الثوار للانتباه أكثر ليوتوب، ومنذ اليوم التالي –16 يناير توالى بعد ذلك الأفلام التي تستهدف الدعوة والتخطيط والحشد حتى ما بعد يوم 25 يناير حتى بلغ عددها 24 فيلما، مدتها الإجمالية 115.26 دقيقة، وشوهدت 172 ألفا و715 مرة.

وقد انقسمت أفلام التنظيم والحشد إلى ثلاثة **أنواع**:

* الأول يحذر من المظاهرات ويحمل عليها بشدة ويصفها بالكارثة على مصر.

* الثاني يدعم الدعوة للتظاهر وكان هو الاتجاه الغالب، ووصل الأمر إلى بعض التعليقات التي كانت مرتبطة بما يجرى على الأرض أثناء اشتعال المظاهرات ووضع رسائل للدعم اللوجستى للمتظاهرين ضمن التعليقات على الأفلام.

* الثالث كان من أنصار النظام العاديين وكان يدعو إلى التهدئة والحديث عن المصاعب التي يمكن أن تتعرض لها مصر في حالة رحيل مبارك، مثل الفراغ الدستوري وغيره.

يوتيوب كذراع إعلامي للثورة:

على الرغم من أن استخدام الثوار لليوتيوب كذراع إعلامي للثورة تم بصورة عفوية وبلا قيادة منظمة ومعروفه، فإن هذا السلوك العفوي انقسم قسمين، كل منهما استخدم تكتيكا مناسبا، فالقسم الأول اهتم بنقل وقائع الثورة وتقديمها للجماهير أولا بأول من قلب الأحداث، وبصورة مؤثرة للغاية، وقد ظهرت لقطات وأفلام انفرد بها المواطنون والشباب ونقلتها الفضائيات وبلغت 735 فيلما، مدتها 4042 دقيقة، وقد توزع هذا الرقم الكبير من الأفلام واللقطات على أربعة مجموعات رئيسية، الأولى ضمت أفلاما إخبارية حاول من خلالها الثوار والجمهور نقل الأحداث لحظيا، والثانية ركزت على إبراز أخطاء لنظام الحاكم ومظالمه ضد الشعب، والثالثة رصدت شجاعة الثوار أمام الأمن في التعبير عن رأيهم وفى تحمل عبء التظاهر سلميا، والرابعة رصد وحشية الأمن في التعامل مع المتظاهرين.

وقد اهتم قسم من هذه الأفلام بمتابعة ما ينشر ويذاع عن الثورة في القنوات التليفزيونية والفضائيات، وهنا كان لأداء الثوار وجهين ينمان عن ذكاء ووعى واضحين، فهم من ناحية سجلوا لقطات من المحطات الفضائية التي استطاعت نقل صور للثورة ووقائعها من أماكن كان لها ميزة معينة، أو قدمت تحليلات ومتابعات وحوارات داعمة للثورة،، كما تتبع شباب الثوار هجمة الإعلام الرسمي على الثورة وما بثته من مغالطات وقاموا بتسجيلها وبثها مصحوبة بردود وتعليقات قاسية، وأحيانا كانوا يعرضون لقطات تمثل سقطات مهنية لمن هاجموا الثورة والرد عليها بتسجيلات حية تثبت عكس ما يقوله بلطجية الأعلام، كما حدث مع برنامج 48 ساعة على قناة المحور.

حفظ الروح المعنوية للثوار والجماهير:

بأحاديث الدعاة وبث الأغاني والقصائد والشعر.. حاول الثوار استخدام يوتيوب كوسيلة لبث الحماس والحفاظ على الروح المعنوية للثوار والجماهير عالية متقدة طوال أيام الثورة، فقد شكل المزيج الرائع الذي قدمه الثوار من كلمات الشعراء وأغاني المطربين وأحاديث الدعاة وقودا ألهب نفوس الجميع، وحائط صد

استند إليه كل من تسرب إلى نفسه أليأس، أو الملل أو ساوره الشك في نجاح الثورة، خاصة في الأوقات التي اشتد فيها عناد النظام ومراوغته، واشتدت فيها بلطجة الإعلام، وتقول الأرقام في هذا الصدد أن الأفلام التي حاولت حفظ الروح المعنوية وشحذ همم الثوار بلغت إجمالا 75 فيلما، مدتها 387.6 دقيقة، كان نصيب الأغاني 34 فيلما مدتها 214 دقيقة، وأحاديث الدعاة 26 فيلما مدتها 81.4 دقيقة، أما الشعر والقصائد فكان نصيبها 15 فيلما مدتها 91.65 دقيقة، جميعها يضم لقطات لقصائد تلقى بصورة مصحوبة بصور متحركة إما من الميادين أثناء المظاهرات، أو لأصحابها وهم يلقونها عبر الفضائيات.

الوفاء للثورة:

لجأ شباب الثورة إلى يوتيوب من أجل تقديم لمسة وفاء للثورة، من خلال إبراز شهدائها ونشطائها وتقديمهم للأمة، وفى هذا الصدد كان الاحتفاء بالشهداء أضعاف الاحتفاء بالناشطين الأحياء، فقد بلغ عدد الأفلام التي اهتمت بالشهداء وعرضت صورهم وأعمالهم ووثقت لقاءات مع ذويهم 118 فيلما، مدتها 599.8 دقيقة، بلغ عدد الأفلام التي تناولت النشطاء 24 فيلما فقط مدتها، 125 دقيقة.

وقد عكست عناوين الأفلام ومحتواها الحرص الشديد من قبل معدي الأفلام على قيمة الوفاء في هذه الثورة تجاه شهدائها، وقد اتخذ هذا الوفاء عدة صور، يمكن استشفافها من عناوين الأفلام والتعليقات الكثيرة التي كتبت عليها، فهناك مجموعة من الأفلام عكست عناوينها حرص أصحاب هذه الأفلام على التعبير عن مشاعرهم تجاه الشهداء، ومجموعة أخرى من الأفلام حرص معدوها ومنتجوها على تخليد الشهداء وتعريف الجماهير بهم وبأسمائهم وصورهم، والإشارة إلى بعض مما قدموه خلال الثورة وما تحلوا به من شجاعة وإقدام، أما المجموعة الثالثة من الأفلام فحرصت على التضامن مع أمهات وأهالي الشهداء، ولفتت الانتباه إلى معاناتهم وضرورة مشاركتهم أحزانهم، ودعوتهم للصبر والصمود، وارتكزت هذه الأفلام بالأساس إلى لقطات مسجلة من لقاءات تليفزيونية مع أهالي الشهداء.

المدونات.. مركز تفكير ثانوي للثورة:

بعد عمليات رصد وتحليل وتصفية لمحتوى حوالي عشرة آلاف مدونة مصرية مسجلة في العديد من مستودعات المدونات الكبرى المعروفة، اتضح من التحليل أن حوالي 89 مدونة فقط هي التي قدمت محتوى يصلح للتعامل معه كمادة تعكس نشاطا له علاقة بالثورة المصرية بصورة أو بأخرى، ومن حيث عدد المفردات أو الوحدات المستخدمة في التحليل فإن هذا الرقم يبدو ضئيلا للغاية مقارنة بما وجدناه في قنوات النشر والتواصل الأخرى على الشبكة ذات العلاقة بالثورة، ففي حالة الفيس بوك مثلا كان هناك أكثر من ألفى صفحة ومجموعة نشطة شكلت القلب النابض للثورة على الإنترنت، وفى يوتيوب وجدنا قنوات ومقاطع فيديو تتجاوز الألف عملت كتليفزيون حر للثورة أدى مهام الإعلام والحشد والتأييد والتنظيم في وقت واحد، وفى تويتر كانت حسابات واشتراكات الثوار تناهز العشرة آلاف.

لم يتوقف الأمر عند ضآلة مفردات التحليل أو عدد المدونات المشاركة في الثورة، حيث امتدت ضآلة العدد إلى طبيعة النشاط، فبدا هو الآخر ضئيل الحجم محدود الجماهيرية بصورة عامة، ولم يشذ عن ذلك إلا بضعة مدونات تعد على الأصابع في مقدمتها مدونة جبهة التهييس الشعبية لصاحبتها نوارة نجم، والتي تعد بمفردها ظاهرة لافتة، وبشكل عام بلغ عدد التدوينات ذات العلاقة بالثورة التي سجلت على المدونات التي شكلت عينة البحث 1129 تدوينة، وبلغ عدد التعليقات عليها 3 ألاف و964 تعليقا، وهى أرقام ضئيلة للغاية، فقد وجدنا أكثر منها داخل مجموعة واحدة فقط من مجموعات الفيس بوك مثلا، أو بضعة قنوات وأفلام فيديو على يوتيوب.

أما عدد زوار هذه المدونات فبلغ 648 ألفا و500 زائرا، وهو رقم يقل عن أعضاء –وليس زوار –مجموعة خالد سعيد مثلا والتي تجاوز عدد أعضائها 600 ألف عضو في وقت من الأوقات.

من المعايير الأخرى التي حرصنا على تتبعها في رصد حركة التدوين المتعلقة بالثورة، معيار "معامل التشبيك"، والمقصود به قدرة المدونة على إقناع أصحاب المواقع والمدونات أخرى على استضافة وإظهار الرابط الخاص بها على صفحات مواقعهم ومدوناتهم، بحيث يتم الدخول على المدونة من خلال هذه المواقع، وكذلك

إظهار التدوينات الجديدة بالمدونة على صفحات هذه المواقع، ليقرأها زوار المواقع ومن ثم يتسع نطاق تأثير المدونة، ومستوى جماهيريتها.

وعند حساب عدد المواقع التي بها روابط للمدونات ذات العلاقة بالثورة وجد أنها تبلغ 203 ألفا و633 موقع، وهو أيضا مستوى تشبيك ضئيل في مجمله، لأننا لو اعتبرنا أن هذه المواقع تعادل المتابعين لحسابات تويتر، سنجد أن المدونات تكاد لا تمثل شيء.

وبغض النظر عن ضآلة أو كبر الأرقام المسجلة عن المدونات، فإننا لو نظرنا إلى نمط حركة التدوين الخاصة بالثورة خلال فترة الرصد الممتدة من 11 يناير إلى 11 فبراير سنجد أنها لا تختلف كثيرا عما حدث في الفيس بوك أو تويتر أو يوتيوب، فقد بدأت حركة التدوين مستقرة بعض الشيء في البداية، وتحديدا خلال الفترة من 10 يناير وحتى 24 يناير، وخلال 25 إلى 27 يناير – مع بداية اندلاع أحداث الثورة الكبرى –سجلت حركة التدوين أعلى معدل لها على الإطلاق في فترة الرصد، وفى فترة قطع خدمة الإنترنت التي بدأت يوم 28 يناير هبط إلى ما يتراوح بين تدوينتين إلى 5 تدوينات، ومع أول يوم لإعادة الخدمة قفز مرة أخرى إلى 64 تدوينة في اليوم، ثم سجل بعد ذلك استقرار نسبيا خلال باقي أيام فترة الرصد.

نخلص من هذه الأرقام عموما إلى أن المدونات لم تكن "أداة الساعة" خلال الثورة، بل تراجعت وأصبحت تعمل على هامش ما يجرى على الفيس بوك وتويتر ويوتيوب، وهذه ليست سمة قاصرة على المدونات المصرية فقط، أو تعكس تقصيرا من المدونين، بل هي تجسيد لطبيعة المدونات كأداة للنشر والتواصل وحدود تأثيرها.

في المقابل كشف تحليل مضمون المدونات عن ميزة للتدوين لا توجد في الشبكات الاجتماعية، وهى أن المدونات وإن كانت لا تتفوق في تلبية احتياجات الفعل الثوري وقت حدوثه، فإنها تشوق في التفكير فيه ومناقشته قبل أو بعد حدوثه، على اعتبار أنها تتيح مجالا أعمق للمناقشة والحوار والفهم القائم على الإيقاع الهادئ نوعها ما، وهو ما لا تتفوق فيه أدوات التواصل الجماعي التعاوني اللحظي التي تستطيع استيعاب العقل الجمعي الهادر وقت التوجه نحو الثورة، وهذه السمة في المدونات. هي ما تدفعنا إلى القول أنها عملت

" كمركز تفكير" فرعى أو ثانوي صغير للثورة.

بنود "أجندة العمل الثوري" للمدونين:

ما الذي كان يدور في فكر ووجدان المدونين المصريين وهم يشاركون في صناعة الثورة بهذه الصفة؟

تم استخدام ثمانية معايير لتحليل المضمون الخاص بكل ما يجرى إنتاجه وتداوله عير قنوات النشر والتواصل المختلفة عبر الإنترنت، وهي: " الدعوات والآراء المعارضة للثورة –التعاطي مع التجارب والأحداث بالمنطقة العربية –التعامل مع ممارسات الأمن تجاه الثوار –الدعوة للتظاهر والثورة –تنظيم لأعمال الثورة وفعالياتها لحظيا على الأرض –توضيح لأسباب وأفكار الثورة –متابعة أحداث الثورة وتطوراتها العامة –الموقف من ممارسات الأعلام الرسمي".

وعند وضع هذه المعايير موضع التحليل والرصد جاء على رأس القائمة نقل أحداث الثورة وكشف أخطاء الأمن وشرح أسبابها وأفكارها، وهو أمر لم يختلف عما رأيناه في فيس بوك وتويتر ويوتيوب، لكن الذي ميز المدونين عن غيرهم أن استخدام النصوص الطويلة، وقالب التقارير والمقالات السردية والوصفية في التدوين أتاح للمدون أن يستخدم العديد من المضامين والأهداف في التدوينة الواحدة، فنراه وهو يدون تدوينه واحدة يشرح أفكار الثورة ويحض على الانضمام إليها، وفى الوقت نفسه ينقل جانبا من أحداثها، ويكشف صورة من صور تجاوز الأمن في حق الثوار، وهو ما لم يحدث بالصورة نفسها في قنوات ستواصل الأخرى.

انطلاقا من ذلك نعرض نتائج **تحليل مضمون تدوينات المدونين كالتالي:**

ظهرت التدوينات التي تحتوى على معلومات أو آراء أو بيانات تتعلق بمتابعة أحداث الثورة في 70.86% من التدوينات التي تم رصدها في العينة، وبذلك احتلت المركز الأول، وفى المركز الثاني جاءت البيانات والمعلومات والآراء التي تتعلق بفضح ممارسات الأمن مع المتظاهرين، حيث ظهرت في 76.23%، وفى المركز الثالث جاءت المضامين المتعلقة بتوضيح أسباب الثورة وشرح أفكارها وأبعادها، وهذه ظهرت في 54.65% من التدوينات، وفى المركز الرابع جاءت التدوينات التي اهتمت بتنظيم أعمال الثورة وهذه ظهرت في 48.98%، وفى المركز الخامس جاءت التدوينات التي تضم معلومات وآراء حول ما يجرى في الدول العربية

وهذه ظهرت في 19.49 % من التدوينات، أما الدعوة للتظاهر والحض على الثورة فظهرت في 12.67 %، فيما جاءت التدوينات التي تحمل قدرا من الرفض للثورة ومعارضتها في المركز السابع وظهرت في 10.89% فقط من التدوينات، بينما تظهر انتقادات ممارسات الإعلام الرسمي الخاطئة سوى في 5.93% من التدوينات التي جرى رصدها.

والحقيقة أن تعدد المضامين لم تمثل سمة عامة لدى كل المدونين، أو ظاهرة متساوية الحجم والانتشار في كل التدوينات، فالأرقام تشير إلى أن فكرة تعدد المضامين داخل التدوينة الواحدة كانت مقصورة على عدد قليل من المدونات والتدوينات، بينما جنح العدد الأكبر من المدونين إلى استخدام مضامين أقل في تدويناتهم، ويتسق هذا الأمر مع النتيجة العامة للتحليل والتي ترى في المدونات مركز تفكير فرعى ثانوي للثورة، فهي من ناحية تعبر عن عمق في المناقشة والعرض، وفى الوقت نفسه تعبر عن محدودية في الانتشار والتأثير على مستوى الجماهير الواسعة بحكم قلة بل الضآلة الشديدة في العدد.

مدونة "جبهة التهييس الشعبية" حالة بارزة

على الرغم من أن المدونات عموما شكلت مركز فرعى أو ثانوي للثورة على الإنترنت، فإن مدونة "جبهة التهييس الشعبية" لصحابتها الشابة نوارة نجم تعد استثناء مقارنة بباقي للمدونات التي اهتمت بالثورة، فعند النظر إليها بشكل منفرد نجدها تحقق حضورا له قدر كبير من الندية أمام الكثير من مجموعات الفيس بوك وحسابات تويتر من حيث التأثير الجماهيري والدور الذي لعبته ولا تزال تلعبه في صناعة الثورة ومتابعتها.

وقد توصلنا لهذه النتيجة استنادا إلى الأرقام المستخلصة من معايير قياس معامل التأثير"، وهي أربعة معايير متعارف عليها عالميا، وتتضمن عدد زوار المدونة وعدد الروابط للخاصة بها التي قبل أصحاب مواقع ومدونات أخرى بإظهارها على صفحات مواقعهم ومدوناتهم، وترتيب المدونة في محركات البحث المتخصصة في تقييم المدونات، وفى مقدمتها محرك بحث "آيس روكيت" الذي استخدم في هذا التحليلن، وعدد التدوينات التي ظهرت على المدونة، وعدد التعليقات التي وضعها زوار المدونة عنى التدوينات الموجودة بها.

وفيما يتعلق بالمعيار الأول وهو عدد الزوار احتلت مدونة "جبهة التهييس الشعبية" المركز الأول بين المدونات

الـ 89 ذات العلاقة بالثورة التي تضمنتها عينة التحليل، بمعدل زوار بلغ 110 آلاف زائر، ومن حيث الترتيب على محرك بحث أيس روكت جاءت هذه المدونة في المركز الأول ويفارق كبير جدا عما يليها، حيث احتلت المركز رقم 1419 في الترتيب العام للمدونات على مستوى العالم بهذا المحرك، في حين أن المدونة المصرية التالية على هذا المحرك وهي مدونة "صوت مصر" جاءت في المرتبة رقم 19490.

وفى المعيار الخاص بعدد الروابط التابعة للمدونة التي ظهرت في مواقع أخرى جاءت "جبهة التهييس الشعبية" أيضا في المركز الأول، حيث اتضح أن هناك 28 ألفا و49 موقعا ومدونة أخرى يضعون روابط لهذه المدونة على صفحاتهم، وتصدرت "جبهة التهييس الشعبية" أيضا القائمة في المعيار الخاص بعدد التعليقات المنشورة على التدوينات، حيث بلغ عدد التعليقات على تدويناتها خلال فترة الرصد 1763 تعليقا، والمعيار الوحيد الذي تراجعت فيه" جبهة التهييس الشعبية" هو معيار عدد التدوينات، والذي احتلت فيه المركز السابع، وكان المركز الأول فيه من نصيب مدونة "الحوادث اليوم".

الأرقام السابقة تدل على أن مدونة " جبهة التهييس الشعبية" أصبحت أمام وسيلة إعلامية لديها 110 قارئ مستمر بينه وبينها قدر من الولاء، إضافة إلى جمهور محتمل يتابعها عبر روابطها المنتشرة في المواقع الأخرى، ويقدر هذا الجمهور بأكثر من 280 ألف شخص، ومن ثم تكون الشابة التي أنشأت هذه المدونة وشركائها ممن يعلقون ويضعون تدويناتهم قد صنعوا مؤسسة إعلامية تتعامل مع جمهور يقترب من الـ 400 ألف شخص، وهذا بالضبط ما جعل المدونة تحتل هذه المكانة المتقدمة على محرك بحث أيس روكيت.